



octubre inicio de clases

posgrados UDA, posgrados en serio

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING

CONESUP RCP.S21.No.355.08

La Maestría en Comunicación y Marketing de la Universidad del Azuay tiene como objetivo estudiar a la comunicación integrada al marketing, a través de una visión amplia de las distintas herramientas de comunicación y su aplicación en las distintas áreas del mercadeo, con un pensamiento estratégico altamente efectivo.

Destinatarios:

Este programa se dirige especialmente a comunicadores, publicistas, diseñadores gráficos, y a administradores que trabajan en departamentos de publicidad y mercadeo.

Modalidad:

Semipresencial

Duración:

2 años (Octubre de 2011 a Octubre de 2013)

Horario:

Jueves y viernes de 18h00 a 22h00; Sábado sábados en jornada completa o media jornada dependiendo del número de créditos. Con profesores extranjeros de lunes a viernes de 18h00 a 22h00 y los sábados en jornada completa o media jornada dependiendo del número de créditos de la materia

Contenidos:

Comunicaciones Integradas al Marketing

Presenta una perspectiva integrada del proceso de comunicar mensajes de marketing para promover productos, servicios, ideas, personas, causas y eventos. Se exploran de manera general las acciones ATL (above the line) y BTL (Below the line).

Gerencia Estratégica de Marketing

Parte de una breve reseña de las estrategias funcionales de marketing, se enfoca hacia las estrategias de mercadeo y el direccionamiento estratégico. Contempla formulación de metas, formulación de estrategias, y formulación de programas.

SPSS

Enseña el uso del programa como herramienta fundamental para la tabulación y análisis de la información en las ciencias sociales. Incluye análisis estadístico, así como la creación, manejo y modificación de bases de datos.

Métodos de Investigación de Marketing: Cuantitativa

Contempla el estudio de las técnicas de investigación cuantitativa más utilizadas en la comunicación y el mercadeo. Metodologías, herramientas y técnicas. Aplicación práctica.

Métodos de Investigación de Marketing: Cualitativa

Toma las técnicas de investigación cualitativa más utilizadas en la comunicación y el mercadeo. Metodologías, herramientas y técnicas. Aplicación práctica.

Sistemas de Información Inteligente

Fundamentos para el manejo de bases de datos inteligente. Usos más comunes y efectivos.

Teorías de la Comunicación y Efectos de los Medios Masivos

Teorías y métodos de análisis de los mensajes de medios de comunicación masivos. Análisis del impacto de los mensajes de los medios masivos en las audiencias.

Ética y Análisis Crítico de los Medios Masivos

Análisis de los valores, principios, procesos y paradigmas críticos comúnmente utilizados para la toma de decisiones éticas. Crítica a la cultura mediatizada y a las malas prácticas de la publicidad.

Publicidad

Analiza el papel de la publicidad en la industria mediática. Efectos económicos, sociales y culturales de la publicidad en la sociedad. Impacto de la publicidad en el contenido y desempeño de los medios. Gerencia de publicidad.

Promoción de Ventas y Merchandising

Aborda los distintos tipos de promociones de ventas, con sus ventajas y desventajas, así como al merchandising como una herramienta de comunicación que con frecuencia sirve de soporte a las promociones de ventas.

Marketing Directo y Relacional

Estudia sus usos, beneficios, principales canales (correo, telemarketing, cara a cara, marketing de respuesta directa), presenta un énfasis especial en CRM (Customer Relationship Management).

Relaciones públicas

Estudia las relaciones públicas, publicidad no pagada y publicidad corporativa.

Psicología de la Publicidad y Comportamiento del Consumidor

Revisa conceptos y teorías de las ciencias del comportamiento. Su uso para el desarrollo de programas y campañas publicitarias. Revisa la influencia de la comunicación interpersonal y masiva en el comportamiento del consumidor.

Branding: Construir una Marca

Parte de la identidad corporativa frente a la imagen corporativa. Creación de valores y posicionamiento de marca. Los estudiantes aprenderán a crear y medir el valor de marca, y cómo el valor de marca puede aumentar las oportunidades del negocio.

Creatividad en la Publicidad

Analiza elementos creativos para crear textos publicitarios, composición publicitaria y diseño, así como técnicas para el desarrollo de un mensaje publicitario creativo.

Redacción para Publicidad y para Relaciones Públicas

Presenta gran cantidad de técnicas de redacción para publicidad, promoción, relaciones públicas, propaganda y actividades de opinión pública.

Opinión Pública

Revisa el papel de la opinión pública como un mecanismo de retroalimentación para asegurarnos de los problemas y preocupaciones que enfrentan los ciudadanos en una democracia y empresas que dependen del discurso comercial.

Gestión de Contenidos en la Web

Desarrollo de contenido Web de productos, servicios, instituciones, ideas y otros presentes en Internet, aplicando conceptos de usabilidad, convergencia y arquitectura de información.

Marketing Electrónico

Aborda al Internet como una herramienta de mercadeo, con énfasis en su adecuado uso para obtener mejores resultados.

Planificación de Medios

Módulo enfocado a la transmisión y efectividad de los medios para el logro de los objetivos de marketing y de comunicación. Revisa herramientas para elaborar planes finales.

Campañas de Publicidad

Desarrollo de estrategias publicitarias. Presentación y defensa de decisiones estratégicas de publicidad complejas. Desarrollo de campañas de publicidad.

Campañas de Relaciones Públicas

Planificación de campañas de relaciones públicas, con especial atención al mercadeo de eventos.

Marketing Político

Fundamentos, planificación y estrategias de aplicación y análisis del marketing político. Los estudiantes tienen una aproximación al fenómeno desde la práctica cotidiana.

Marketing de servicios

Diseño y gerencia del proceso del servicio, Equilibrio de capacidad y demanda, Planificación del Entorno del Servicio. Se dirige hacia lo que son productos financieros, de salud, turísticos, de deporte y espectáculos.

Publicidad y Relaciones Públicas Internacionales

Publicidad y Relaciones Públicas transnacionales y multiculturales. Desarrollo de campañas de publicidad y relaciones públicas internacionales.

Negociación de Medios

Guía para analizar la cobertura, rentabilidad, eficacia, evaluaciones... compra y negociación de medios.

Comunicación Internacional

Problemas relacionados con las comunicaciones globales. El libre flujo de la información, libertad mediática y desarrollo nacional. Papel de organismos internacionales en la creación de la agenda periodística global. Políticas internacionales para el libre flujo de la información. Publicidad transnacional.

Comunicación en Tiempos de Crisis

Principios y métodos de evaluación del manejo de crisis. Incluye monitoreo, análisis, opciones de políticas, diseños de programas, evaluación e identificación.

Requisitos de Inscripción:

Llenar la Ficha de Inscripción y entregar en el Departamento de Posgrados con:

2 copias del Título de Tercer nivel (certificadas o notarizadas)

2 copias de la cédula de identidad

Carta donde se expresen las razones por las que desea cursar la maestría.

Hoja de vida actualizada

1 foto tamaño carnet

Proceso de Admisión:

El Consejo del Postgrado calificará las carpetas personales presentadas y realizará una entrevista a los candidatos.

Inversión:

La Maestría en Comunicación y Marketing tiene un valor de 4.500USD

Deberá cancelar el 50% al momento de la matrícula y el 50% restante en cuotas durante el

primer año de estudios. Consulte la sección financiamiento para ver otras opciones.

Directora del Posgrado:

Lcda. Cecilia Ugalde Sánchez, Mgst.

cugalde@uazuay.edu.ec

Mayor información e inscripciones:

Universidad del Azuay

Av. 24 de mayo 7-77 y Hernán Malo

Teléfono (07) 2881333 Ext. 701

E-mail: posgrados@uazuay.edu.ec